

Kotisivujen suunnittelu ja toteutus Kuhmalahden monitoimipalvelulle

Kirsi Korkeasalo

Tekijä(t) Kirsi Korkeasalo	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kotisivujen suunnittelu ja toteutus Kuhmalahden monitoimipalvelulle	Sivu- ja liitesivumäärä 24 + 10
<p>Kotisivut ovat nykyaikana lähes pakolliset yrityksille, jotta asiakkaat saavat tietoa yrityksestä ja sen palveluista. Internetistä löytyykin rajaton määrä erilaisia kotisivuja. Kotisivujen tärkein tehtävä on saada vierailija vakuutetuksi, että yrityksen tarjoamat palvelut ovat juuri oikeat hänelle. Tämän lisäksi kotisivujen on kuvastettava yrityksen toimintatapoja ja arvoja, joiden avulla muodostuu luottamus asiakkaan ja yrityksen välille.</p> <p>Kuhmalahden monitoimipalvelu on kesällä 2017 perustettu siivousalan yritys. Yritys tarjoaa siivouksen lisäksi pieniä pihatöitä sekä asiointipalveluita iäkkäille ihmisille. Kuhmalahden monitoimipalvelulla ei ole aikaisempia kotisivuja. Näin ollen yritys haluaa kotisivut kevään 2018 aikana.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda käyttäjäystävälliset ja selkeät kotisivut, joihin sisältyy yrityksen käyntikortissa esiintyvää värimaailmaa. Kotisivut toteutettiin Kotisivukone – palvelulla.</p> <p>Raportin teoriaosuudessa kerron ensiksi toimeksiantaja yrityksestä ja siivousalasta yleisesti. Tämän jälkeen kerron asioista, jotka muodostavat kotisivujen visuaalisen ilmeen ja tekstisisällön sekä kotisivujen löydettävyydestä internetissä. Teoriaosuuden jälkeen kerron toimeksiantajayrityksen lähtötilanteesta ja Kotisivukone – palvelimesta. Tämän jälkeen raportissa keskitytään kotisivujen toteutus vaiheeseen. Raportin liitteistä löytyy kuvakaappauksia valmiista kotisivuista.</p> <p>Kotisivujen toteutus onnistui mielestäni hyvin ja myös toimeksiantaja kertoi olevansa niihin erittäin tyytyväinen. Kuhmalahden monitoimipalvelu sai ilmeeltään rauhalliset ja selkeät kotisivut, jotka palvelevat asiakkaiden tarpeita. Kotisivuja luodessa Kotisivukone – palvelu osoittautui helppo käyttöiseksi ja näin ollen kotisivujen luominen sujui helposti, ilman erityisiä koodaus taitoja. Opinnäytetyön produktina syntyneet kotisivut Kuhmalahden monitoimipalvelulle löytyvät osoitteesta www.kuhmalahdenmonitoimipalvelu.fi.</p>	
Asiasanat Kotisivut, Kotisivukone, internet, siivousala	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kuhmalahden monitoimipalvelu	3
2.1	Siivous- ja puhdistusala yleisesti	3
2.2	Yrityksen palvelut	4
2.3	Yrityksen kohderyhmä	4
3	Kotisivut osana yrityksen toimintaa	6
3.1.1	Typografia	7
3.1.2	Värit	9
3.1.3	Kuvat	10
3.2	Kotisivujen käyttöliittymä	10
3.3	Kotisivujen tekstisisältö	11
3.4	Kotisivujen löydettävyys internetissä	11
4	Kotisivujen toteutus Kuhmalahden monitoimipalvelulle	14
4.1	Lähtötilanne ja tavoitteet	14
4.2	Kotisivukone.fi	15
4.3	Verkkotunnus toimii yrityksen osoitteena verkossa	16
4.4	Projektin kuvaus ja toteutusvaiheet	17
4.5	Teemahaastattelun hyödyntäminen kotisivuilla	18
4.6	Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivujen toteutus	20
5	Pohdinta	23
	Lähteet	25
	Liitteet	27
	Liite 1. Opinnäytetyön aikataulu	27
	Liite 2. Teemahaastattelun kysymykset	28
	Liite 3. Kotisivujen etusivu	29
	Liite 4. Esittely alasivu	30
	Liite 5. Kotisiivous alasivu	31
	Liite 6. Yrityssiivous alasivu	32
	Liite 7. Asiointipalvelut alasivu	33
	Liite 8. Hinnasto alasivu	34
	Liite 9. Ota yhteyttä alasivu	35
	Liite 10. Yheystiedot alasivu	36

1 Johdanto

Kuluttajille on tarjolla internetissä rajaton määrä erilaisia tuotteita ja palveluita erilaisilta yrityksiltä. Internet mahdollistaa näiden tuotteiden ja palveluiden helpon löydettävyyden. Lähes jokainen etsii tietoa haluamastaan tuotteesta tai palvelusta internetin avulla. Tämän vuoksi kotisivut ovat yritykselle tänäpäivänä hyvin tärkeitä, etenkin jos yrityksellä ei ole olemassa niin sanottua kivijalkamyymälää. ”Entä jos etsimämme yrityksen tietoja ei löydykään verkosta? Yksinkertaista: yritystä ilman kotisivuja ei ole olemassa ja surffaamme kilpailijan haaviin.” (Kotisivukone 2017a.)

Tämä opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Kuhmalahden monitoimipalvelulle. Opinnäytetyön tavoitteena on kotisivujen suunnittelu ja toteutus toimeksiantajayritykselle. Aihe sai alkunsa toimeksiantajan välittömästä tarpeesta omille kotisivuille. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan millaiset vaikutukset kotisivujen visuaalisella ilmeellä ja tekstisisällöllä on yrityksen kannalta, sekä selvitetään mitkä tekijät muodostavat yrityksen visuaalisen ilmeen ja asiakkaita parhaiten palvelevan tekstisisällön. Lisäksi opinnäytetyön toteutuksessa käytetään apuna kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli laadullista tutkimusta. Laadullinen tutkimus toteutetaan teemahaastattelun avulla, joka on muodoltaan keskustelunomainen ja rento. Kotisivuilla pyritään tuomaan paremmin esille yrityksen palvelutarjontaa, koska yrityksellä ei ole olemassa aiempia kotisivuja. Näin yritys- ja henkilöstöasiakkailla on paremmat mahdollisuudet etsiä tietoa itsenäisesti ja samalla yrittäjän ei tarvitse keskittyä asiakaspalveluun yhtä paljon kuin aikaisemmin.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön on tarkoitus valmistua kevään 2018 aikana. Suunnittelu- ja toteutusvaiheen aikataulu on seuraava: raportin tekstisisältö, jossa kerrotaan yleisistä asioista ja teoriaosuudesta valmistuu viikkojen 1-9 välisenä aikana. Tämän jälkeen aloitetaan konkreettinen verkkosivujen luominen Kotisivukone –palvelulla. Verkkosivut ovat ulkoasultaan ja tekstisisällöltään valmiit viikkojen 10-13 välisenä aikana. Verkkosivujen valmistuttua, käsittelen raportissa vielä loppu pohdintaa ja onnistumistani työssä. Näistä asioista kirjoitan raporttiin viikolla 14 ja 15. Tarkempi aikataulu katsottavissa liitteestä yksi.

Tavoitteenani on oppia internetsivujen luomisprosessi kokonaisuudessaan, sisältäen graafisen suunnittelun ja tekstisisällön tuottamisen sekä sivuston hallinnan. Lisäksi haluan opastaa toimeksiantajaa käyttämään sivustoa osana yrityksen markkinointia. Aiheena kotisivujen luominen vaikuttaa tarpeeksi haastavalta, mutta kuitenkin mielenkiintoiselta. Tässä opinnäytetyössä keskitytään ainoastaan yrityksen kotisivujen suunnitteluun ja toteutukseen.

Omat tietotekniikkataidot huomioon ottaen, päädyimme toimeksiantajan kanssa käyttämään internetsivujen toteutukseen erikoistunutta palveluntarjoajaa.

Opinnäytetyössä tullaan vertailemaan kahta internetsivujen palveluntarjoajaa keskenään, ja kertomaan miksi valinta kohdistui Kotisivukone –palveluun. Tulen kertomaan Kotisivukone.fi palvelusta sekä sen ominaisuuksista tarkemmin luvussa 4.2, siltä osin kuin se on oleellista tämän työn kannalta.

Tämä raportti koostuu johdannosta, jonka jälkeen kerron toimeksiantajayrityksestä, siivousalasta yleisesti sekä kotisivuihin liittyvästä tietoperustasta. Tietoperustan jälkeen tulee empiirinen osio, jossa kerron toimeksiantajayrityksen lähtötilanteesta sekä Kotisivukone –palvelimesta, verkkosivujen suunnittelu ja toteutus vaiheesta ja raportin lopussa pohdin omaa onnistumistani työssä. Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus käyttää perinteistä tutkielmamallia, mutta raporttia kirjoittaessa huomasin minulle luonnollisen kirjoitustyylin olevan vetoketjumalli. Tästä johtuen raportissa esiintyy molempia tutkielmamalleja. Perinteisessä tutkielmamallissa kerrotaan ensiksi erillinen teoriaosuus, johon palataan tuotoksen yhteydessä ja tehtyjä valintoja perustellaan teoriaosuuden perusteella. Vetoketjumallissa ominaista on kertoa teoriaosuus ja heti tämän jälkeen esitellä tuotos, jossa teoriaa on käytetty. Kun aloitin raportin kirjoittamisen, ajattelin perinteisentutkielmamallin olevan minulle paras tapa kirjoittaa, koska minulla ei ole aiempaa kokemusta kotisivujen luomisesta, jolloin tuntui luonnolliselta tutustua aiheeseen liittyvään teoriaan ja toteuttaa tämän pohjalta työosuus, jossa tehdyt valinnat ja päätökset pohjautuvat oppimaani teoriaan. Raportin edetessä huomasin, että kirjoitustyyliä esiintyy sekä perinteistä- ja vetoketjumallia.

2 Kuhmalahden monitoimipalvelu

Kuhmalahden monitoimipalvelu on toiminimi, joka on perustettu kesällä 2017. Se on toimintaansa aloitteleva siivousalan yritys. Yrittäjänä ja myös ainoana työntekijänä toimii Johanna Virtanen. Virtaselta löytyy useiden vuosien työkokemusta sekä osaamista siivousalalta ja ennen kaikkea intohimoa toimialaa kohtaan, näin ollen hän päätti perustaa oman yrityksen. Innostusta yrittäjyyteen on löytynyt aina, mutta kesällä 2017 aika oli oikea, Virtasen lasten ollessa vanhempia.

Yrittäjäksi ryhtymisessä on aina olemassa omat haasteensa ja tässä tapauksessa lisähaastetta kertyi Virtasen työsopimukseen kuuluneesta kilpailukieltosopimuksesta. Kilpailukiello on yhden vuoden mittainen ja tänä aikana Virtanen ei saa markkinoida tai tehdä tarjouksia tutuille asiakkaille. Kilpailukiellosta huolimatta yrittäjän arki on lähtenyt hyvin käyntiin ja uusia asiakassuhteita on syntynyt kiitettävästi ja myös osa tutuista asiakkaista on ottanut oma-aloitteisesti yhteyttä Virtaseen.

2.1 Siivous- ja puhdistusala yleisesti

Yleisesti katsottuna siivousalaan kohdistuu usein ennakoluuloja ja työtä väheksytään, vaikka asuin- ja työympäristön kannalta puhtaudella on huomattava merkitys turvallisuuden, sisäilman laadun, terveyden ja viihtyisyyden kannalta. Puhtauteen ja sen merkityksen tärkeyteen kiinnitetään huomiota usein vasta sitten, kun merkittäviä muutoksia ilmenee. Esimerkiksi sairaalassa puhtaudella on ennaltaehkäisevä vaikutus potilaiden turvallisuuden kannalta. (Ammattinetti.)

Siivouspalvelut muodostuvat erilaisten rakennusten, koneiden ja laitteiden ammattimaisesta puhdistuksesta. Siivouspalvelut ovat kehittyneet ajan saatossa, on esimerkiksi otettu huomioon erilaiset pinnat ja niille tarkoitetut puhdistusaineet ja siivouskoneet sekä ympäristöystävällisten siivousaineiden ja tarvikkeiden käyttöön kiinnitetään huomiota. Siivousta on olemassa kahden tyyppistä: ylläpitosiivousta ja perussiivousta. Ylläpitosiivouksella tarkoitetaan säännöllisesti tapahtuvaa siivousta, jolla pyritään ylläpitämään siisteys vaaditulla tasolla. Perussiivouksella tarkoitetaan harvemmin tapahtuvaa siivousta, jolla poistetaan vaikeasti irtoavaa likaa ja edesautetaan siivouksen tason säilymistä ennallaan. Esimerkiksi ikkunoiden pesua ja porraskäytävien vahausta voidaan kutsua perussiivoukseksi. Ylläpito- ja perussiivouksen lisäksi siivousala on laajentunut muille osa-alueille ja moniosaajat ovat yleistyneet. Yleinen koulutus siivousalalla on laitoshuoltajan tutkinto ja laitoshuoltajan työtehtäviin kuuluu esimerkiksi sairaaloissa siivouksen lisäksi potilaiden ruokatarjoilu. (Serviceone.)

Siivousalan yrityksiä on Suomessa useita, yksi syy tähän on alalla oleva matala pääsy- ja koulutusvaatimus. Siivouspalveluiden tarjonnan paljouden vuoksi, myös alan kilpailu on kovaa. Asiakkaat vaativat erinomaista jälkeä, mutta eivät ole aina valmiita maksamaan siitä vaadittua hintaa. Tästä syystä siivousalalla hinnat ovat matalat ja yrittäjien on haastavaa saada katetta yritystoiminnasta. (Lehmuskoski 11.1.2017.)

2.2 Yrityksen palvelut

Toimeksiantajayritys Kuhmalahden monitoimipalvelu tarjoaa koti-, toimisto-, rappu- ja muuttosiivouksia. Kotisiivous sisältää mattojen tuuletuksen, roskien viennin, allaskaapin pesun sisäpuolelta, pölyjen pyyhinnän ulkopinnoilta, imuroinnin, lattian pesun ja wc:n yleissiistinnän. Siivous pyritään aina toteuttamaan asiakkaan toiveiden mukaan, vaikka toiveet eivät sisältyisi kotisiivouksen peruspakettiin. Erikseen laskutettavia palveluita ovat esimerkiksi pyykkien pesu, ikkunoiden pesu, mattojen pesu ja uunin pesu. Siivouksessa käytetään tuntiveloitusta 32 euroa tunnilta sisältäen arvonlisäveron. Tuntiveloitus on saman hintainen myös erikseen laskutettavissa palveluissa.

Asiakkaalla on mahdollisuus vähentää osa siivouksen kuluista kotitalousvähennyksenä. Vähennyskelpoisiin kuluihin sisältyy vain työn osuus, ei materiaaleja. Vuonna 2018 kotitalousvähennys on 50% ja enimmäismäärä 2400 euroa vuoden aikana. Kotitalousvähennykseen sisältyy 100 euron omavastuuosuus, joka vähennetään kerran vuodessa. Kotitalousvähennyksen avulla pyritään ehkäisemään harmaata taloutta. (Veronmaksajat 2017.)

Yrityksellä on tulevaisuuden suunnitelmissa liiketoiminnan laajentaminen kaupankäyntipalveluun, kotihoitoon sekä pieniin pihatöihin, esimerkiksi nurmikon leikkuuseen ja sadevesikourujen puhdistukseen. Laajennus on suunniteltu erityisesti ikäihmisiä ajatellen.

2.3 Yrityksen kohderyhmä

Markkinoinnista saa suurimman hyödyn, kun kohderyhmä on oikein segmentoitu eli määriteltä. Kohderyhmän tunnistaminen on yksi markkinoinnin keskeisistä haasteista. Markkinoinnin kohderyhmän rajausta on syytä lähteä tekemään perusasioista. Kuten esimerkiksi minkä ikäisiä henkilöt ovat, ovatko he miehiä vai naisia ja missä he asuvat. Kohderyhmä ei voi olla avoin kaikille, jotta kohderyhmän tehokkuus säilyy. Kohderyhmän määrittelyn jälkeen markkinointia on helpompi tehdä, kun tiedetään kenelle markkinoidaan. (Ansaharju 2011.)

Tässä opinnäytetyössä kohderyhmän rajaus tehtiin toimeksiantajan näkökulmasta. Rajaus perustuu toimeksiantajan lähes kymmenen vuoden siivousalan työkokemukseen, jonka aikana asiakaskunta eli kohderyhmä on tullut tutuksi. Kohderyhmän esimmäinen osio muodostuu vanhusten omaisista ja kohderyhmän toinen osio muodostuu kiireisistä lapsiperheistä. Kohderyhmää voidaan kutsua tässä tapauksessa hyvin laajaksi.

3 Kotisivut osana yrityksen toimintaa

Onko yrityksen mahdollista toimia kannattavasti tänä päivänä ilman kotisivuja? Käytän itse internetiä päivittäin esimerkiksi tiedon hakuun ja tuotteiden tai palveluiden vertailuun ennen lopullista ostopäätöstä. Tehdyn tutkimuksen mukaan en ole ainoa joka toimii edellä mainitulla tavalla. Tehdyn tutkimuksen mukaan noin 80% ihmisistä etsii netistä tietoa yrityksestä joiden palvelut kiinnostavat heitä. (Blyth 2011, 32.)

Internetin räjähdysmäinen suosio on vaikuttanut myös yritysten toimintaan netissä. Tänä päivänä kotisivut ovat käytössä 96 prosentilla yrityksistä, jotka työllistävät vähintään 10 henkilöä. Useimmiten yrityksen kotisivuilta etsitään tietoa yrityksen tuotteista ja palveluista, hinnastosta, aukioloajoista sekä yhteystietoja. Kotisivut saattavat pahimmassa tapauksessa karkoittaa potentiaalisen asiakkaan kilpailijalle, jos sivut ovat rauhattomat ja tieto vaikeasti löydettävissä. (Tilastokeskus 2017.) Etsiessäni tietoa kahden yrityksen välisestä tarjonnasta, viihdyn paremmin sivuilla, jotka ovat hyvin sommiteltu ja etsimäni tieto on helposti löydettävissä. Kotisivujen luomisprosessiin kannattaa käyttää aikaa tai antaa kotisivujen luonti asiantuntijoiden hoidettavaksi.

Kotisivujen sisältö on suunniteltava palvelemaan asiakkaita mahdollisimman monipuolisesti, jotta turhat puhelin soitot ja sähköpostit pysyvät minimaalisena. Luukkosen mukaan verkkosivuilta pitää löytyä ainakin: yhteystietoja, aukioloaikoja, hintoja, toimintaohjeita, tuotetietoja, tiedotteita, vastauksia usein kysytyihin kysymyksiin ja linkkejä lisätietoon. (Luukkonen 2004, 33.) Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda toimeksiantajayritykselle selkeät, käyttäjäystävälliset sekä yrityksen näköiset kotisivut. Sivuille on tarkoitus luoda Kuhmalahden monitoimipalvelun käyntikortin värien kanssa yhtenäinen ilme, katso kuva kolme käyntikortista. Kotisivuilla tulee esiintymään osa Luukkosen listaamista tärkeistä tiedoista, mutta ei kaikkia kohtia.

Kävijä kiinnittää ensimmäisenä huomion verkkosivujen ulkoasuun ja tarkemmin määriteltynä itse kotisivuun, josta käytetään usein myös nimitystä etusivu tai pääsivu. Ulkoasuun tulee olla hillitty, visuaaliselta tyyliltään yhtenäinen sekä esitettävän tiedon tulee olla tarpeellista ja helposti löydettävissä, turhia alasivuja on suositeltavaa välttää. Verkkosivunvierailija on harvemmin kiinnostunut lukemaan tietoa yrityksen perustamisesta tai historiasta. Mikäli verkkosivuilla halutaan kertoa näistä edellä mainituista asioista, on

suositeltavaa tehdä erillinen sivu esimerkiksi yrityksen historiasta. Suurten yritysten verkkosivuilla vieraillessa näkee usein historia sivuja, mutta pienten yritysten kohdalla tämä ei ole niin yleistä. (Nielsen 2000, 166-178.)

Verkkosivujen tärkein paikka on vasen yläkulma, koska luemme vasemmalta oikealle, lukijan huomio kiinnittyy ensimmäisenä vasempaan reunaan. Vasempaan yläkulmaan suositellaan yrityksen logoa tai nimeä ja tämän ilmiön olisi hyvä toistua myös jokaisella alasivulla. Ihanteellista olisi, jos alasivulla ollessa klikataan vasemmassa yläkulmassa olevaa yrityksen logoa tai nimeä ja tätä kautta pääsee takaisin etusivulle. (Nielsen 2000, 178-179.)

3.1.1 Typografia

Typografia tarkoittaa tekstin muotoilua, joka on syntynyt noin 500 vuotta sitten kirjapainotaidon kanssa. Typografia havaitaan subjektiiviseksi ja tästä johtuen siinä voi esiintyä näkemyseroja, jotka pohjautuvat jokaisen omiin mieltymyksiin. Esimerkiksi rivivälin koko muodostuu usein tekstinkirjoittajan maun mukaan. Typografian ohjeet ja säännöt pohjautuvat kuitenkin kokemukseen ja järkipäiseen arviointiin ja niitä pystyy ymmärtämään, kun on hetken aikaa miettinyt asiaa. (Korpela 2014, 10.)

Typografian on tarkoitus saada herätettyä lukijan mielenkiinto ulkoasullaan. Helppolukuinen ja lukijan silmää miellyttävä teksti erottuu edukseen. Verkkotekstiä kirjoittaessa lukijan huomio on ohjattava otsikkoon ja korostettuun tekstiin. Lyhyt ja tiivis pääotsikko jolla kerrotaan tiivistetysti mitä tuleva aihe käsittelee, on suositeltavaa kirjoittaa erottuvalla fontilla. Pidempi alaotsikko, joka johdattelee lukijaa aiheeseen, on suositeltavaa kirjoittaa lähes saman kokoisella fontilla kuin leipäteksti. Leipätekstin on oltava selkeää, mutta kuitenkin kiinnostavaa. (Korpela 2014, 10.)

Fontti voidaan määritellä tyyliltään yhteneväiseksi kokoelmaksi kirjoitusmerkkien ulkoasuja. Teknisessä mielessä fontti on kuvaus tietokoneen käsiteltävissä olevista merkkien ulkoasuista. Fontin valinta vaikuttaa koko tekstin yleisilmeeseen, luettavuuteen ja yksityiskohtiin. (Korpela 2014, 79.)

Fontit ovat jaettavissa (Korpela 2014, 80-82) mukaan viiteen eri tyyliin css-koodikielessä seuraavasti:

- Antiikvafontit ovat perinteisiä painofontteja, joita esiintyy paljon kirjoissa ja sanomalehdissä. Css-kielessä antiikvafontista käytetään nimitystä serif.

Pääteviivat ovat tyypillinen antiikvafontin tunnusmerkki. Pääteviivat esiintyvät yleensä vaakasuunnassa ja niillä voi olla luettavuutta heikentävä vaikutus, jos fonttikoko on suuri. Pääteviivaimesta johtuen rivinpituus voi olla pitkä, jolloin lukija ei sekaannu riveissä. Antiikvafontteja ei suositeltu aikaisemmin käytettäväksi leipätekstissä, mutta nykyaikaisten tietokoneiden näyttöjen resoluutio eli tarkkuus on parantunut niin merkittävästi, että antiikvaa voidaan käyttää leipätekstissä.

E

Esimerkki Antiikvafontista, Times New Roman.

- Groteskifontti on yksinkertainen ja helppolukuinen, joita esiintyy verkkosivuilla ja opasteissa. Css-kielessä groteskifontista käytetään nimitystä sans-serif. Groteskifontin muotoilu on yksinkertaistettua ja tasapaksua, joka vaikuttaa sen luettavuuteen. Groteskifontti näyttää yhtä selkeältä isolla ja pienellä fontilla kirjoitettuna.

E

Esimerkki groteskifontista, Arial.

- Monospace on tasalevyinen fontti, jota käytetään tietokoneiden ohjelmointikielenä ja sillä pyritään luomaan uudenaikainen vaikutelma.

E

Esimerkkinä monospace fontista, Courier.

- Cursive on käsinkirjoitusfontti, joka muistuttaa kaunokirjoitusta, mutta kirjaimet eivät välttämättä kosketa toisiaan vaan niiden väliin jää tyhjää tilaa.



Esimerkkinä cursive fontista, Edwarian Script ITC.

- Fantasy eli fantasiafontti, jolla tarkoitetaan kaikkia muita fontteja, jotka eivät sisälly edellä lueteltuihin fonttityyleihin.

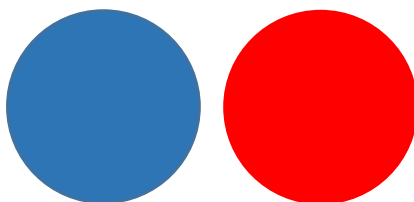
E

Esimerkkinä fantasiafontista, Desdemonaa.

Esitellyt fontit ovat kaikki kirjoitettu samaa kirjainkokoja 24 käyttäen ja voidaan huomata, että kaikki fontit näyttävät siitä huolimatta eri kokoisilta. Mikäli käyttää verkkotekstissä useampaa eri fonttia, kannattaa välttää kiinteää kirjainkokoja ja muokata kokoa tekstin tyylilajin mukaan. Pieni fonttikoko saattaa näyttää paremmalta nettisivuilla, mutta se heikentää luettavuutta ja saattaa ärsyttää lukijaa. Selaimen asetuksista on mahdollista säätää minimi fonttikoko, mutta suurin osa internetkäyttäjistä ei käytä hyödyksi tätä asetusta. (Korpela 2014, 102.)

3.1.2 Värit

Värit muodostuvat valon aallonpituuksista ja sillä on merkitystä, koetaanko väri aktivoivana vai rauhoittavana. Esimerkiksi punaiset, jotka ovat valon pitkän aallonpituuden värejä ovat aktivoivia ja lämpöisiä kun taas esimerkiksi siniset, lyhyen aallonpituuden värit ovat rauhoittavia ja kylmiä. Lämpöiset värit tuntuvat tulevan katsojaa kohti, kun taas kylmät värit näyttävät perääntyvän taaksepäin. (Pohjola 2003, 135.) Esimerkiksi katsoessa saman kokoista sinistä ja punaista ympyrää, sininen näyttää taaksepäin kulkevalta, kun taas punainen tuntuu tulevan lähemmäksi katsojaa.



Kuva 1. Kylmän ja lämpimän värin kontrasti

Väreihin yhdistetään tyypillisesti jokin tunnetila tai kuvaus. Väreillä koetaan olevan jopa psykologisia vaikutuksia. Värien merkitys saattaa vaihdella kulttuurien ja käyttötapojen välillä. Esimerkiksi valkoinen väri kuvastaa puhtautta länsimaissa, mutta joissain Aasian maissa se kuvastaa kuolemaa. Heraldisien värien symbolit ovat painuneet ihmisten mieleen. Esimerkiksi punainen kuvastaa rohkeutta ja palveluintoa, valkoinen uskollisuutta ja puhtautta sekä musta surua ja katumusta. Yhden päävärin käyttö mustan tekstin ohella koetaan selkeäksi esitystavaksi, mikäli värejä käytetään runsaammin, on mahdollista hyödyntää värien luomaa kontrastia. (Pohjola 2003, 136.)

3.1.3 Kuvat

Ihminen kiinnittää automaattisesti huomion ensiksi kuvaan ja vasta sen jälkeen muuhun sisältöön. Esitettävän kuvan valintaan on syytä kiinnittää huomiota, koska kuva luo heti katsojalle jonkin mielikuvan. Kuvalla voi kertoa esimerkiksi yrityksen palveluista, arvoista tai yrittäjästä. Kuvaa ei ole suositeltavaa valita vain sen hienouden perusteella, vaan sen on hyvä liittyä yritykseen jollain tapaa sekä siinä pitää olla myös viesti katsojalle. (Pohjola 2003, 190.)

Kuvat luovat omat haasteensa verkkosivuille. Mitä enemmän verkkosivulla on kuvia, sitä kauemmin sivuston latautuminen kestää. Esitettävien kuvien kokoa on hyvä pienentää, koska tällöin kuvat vievät vähemmän tilaa, joka on vaikuttaa verkkosivuston yleiseen toimintanopeuteen. Hitaasti toimivat verkkosivut saattavat mahdollistaa tilanteen, jolloin vierailija poistuu sivustolta kokonaan. Näin ollen kuvia on käytettävä maltillisesti ja kaikki tarpeeton on syytä jättää pois. Liikkuvan kuvan käyttämistä on myös suositeltua välttää, mikäli se ei ole täysin välttämätöntä. Liikkuva kuva vie liikaa sivustolla vierailijan huomiota pois tekstisisällöstä. (Nielsen 2000, 135-143.)

3.2 Kotisivujen käyttöliittymä

Käyttöliittymällä tarkoitetaan kotisivuista puhuessa sivustolla liikkumista eri osa-alueilla. Käyttöliittymät ovat linkkejä sivuston sisäisille sivuille. Esimerkiksi etusivu ja hinnasto ovat oma käyttöliittymä. Käyttöliittymällä pyritään kertomaan missä etsittävä tieto sijaitsee sekä millä sivulla käyttäjä parhaillaan vierailee. Tyypillinen käyttöliittymän navigaatiomalli on asetettu sivuston vasempaan reunaan allekkain tai sivun yläreunaan vaakasuunnassa. Navigaatiopalkki on hyvä sijoittaa niin, että se on näkyvissä koko ajan kaikilla sivuston sisäisillä sivuilla. Käyttöliittymää suunniteltaessa on tunnettava sivuston kohderyhmä ja mitä tietoa he sieltä etsivät. (Nielsen 2000, 203.)

Käyttäjä liikkuu sivustolla usein omatoimisesti, jonka vuoksi ohjailevaa liikuttelua sivulta toiselle, klikkauksien kautta ei suositella. Liikkuminen sivustolla on helppoa, kun navigaatiopalkit ovat johdonmukaiset ja selkeät. Sivustoa suunniteltaessa on muistettava, että kävijä on usein etsimässä tietoa ja kun tämä tieto löytyy, käyttäjä poistuu sivulta. Nielsenin mukaan käyttäjät viettävät harvoin yli viisi minuuttia yrityksen nettisivuilla. (Nielsen 2000, 217.)

3.3 Kotisivujen tekstisisältö

Verkkotekstiä luetaan eri tavalla kuin paperilla olevaa tekstiä. Näytöltä lukeminen on huomattavasti hitaampaa ja se koetaan usein epämukavaksi. Verkkotekstiä luetaan vasemmalta oikealle, mutta useasti vain silmäillen sieltä täältä. Verkkosivuille kirjoitettavan tekstin tulee olla napakasti ja oikein aloitettu, jotta lukijan mielenkiinto pysyy yllä ja lukija löytää heti etsimänsä tiedon. Verkkosivuilla teksti on hyvä kirjoittaa lyhyisiin kappaleisiin ja tarpeen vaatiessa jakaa sisäsivuille, jotta etusivun yleisilme pysyy väljänä ja selkeänä. Asiasisältöä on mahdollista korostaa esimerkiksi lihavoidulla fontilla, mutta vain olennaisissa kohdissa, korostetun tekstin merkityksen säilyttämiseksi. Huutomerkkejä ja isoin kirjaimin kirjoitettua tekstiä on syytä välttää, jotta vältetään luomasta negatiivisuuden tunnetta. (Nielsen 2000, 101.)

Oikein otsikoitu teksti palvelee verkkosivun lukijaa parhaiten. Oikea otsikko ohjaa lukijaa etsimäänsä tietoa kohti. Lyhyt ja yksinkertainen otsikko toimii yleensä parhaiten. Otsikko saattaa olla hieman tylsän tuntuinen, esimerkiksi nokkelaan sanaleikkiin verrattuna, mutta se palvelee suurinta osaa lukijoista parhaiten. Alaotsikot toimivat, kun halutaan tarkentaa tai kuvata jotain asiaa vielä paremmin. Esimerkiksi hinnaston alaotsikoksi sopii yksinkertainen esimerkki hinnasto. Otsikoiden käytöllä myös vältetään pitkältä tuntuvan tekstin syntymistä. (Luukkonen 2004, 125-128.)

Millainen teksti erottuu edukseen nettisivuilla? Tekstin ja taustan värieron tulee olla tarpeeksi suuri, jotta teksti erottuu taustasta riittävästi. Luettavuus on parhaimmillaan, kun teksti on mustaa ja tausta valkoista. Tekstin ja taustan värejä valitessa on hyvä ottaa huomioon esimerkiksi punavihersokeutta sairastavat henkilöt. Tekstin kirjaisinlajina on hyvä suosia yleisiä fontteja, jotta teksti näkyy mahdollisimman monella eri selaimella. Kirjaisinkokoa valittaessa on huomioitava myös ihmiset, joiden näkökyky on normaalia heikompi. (Nielsen 2000, 126.)

3.4 Kotisivujen löydettävyys internetissä

”Jos metsässä kaatuu puu, eikä kukaan ole näkemässä sitä, mistä tiedetään, että onko se todella kaatunut? Jos kukaan ei löydä sivustoasi, olet kuin tuo puu, jonka kaatumista kukaan ei havaitse.” (Davis 2007, 53.)

Internetin suosio tiedonhaussa on noussut ylitse muiden markkinointikanavien. Internetistä löytyvää tietoa on niin paljon, että suurin osa tiedosta jää helposti

huomaamatta. Internetissä toimii useita erilaisia hakukoneita, kuten esimerkiksi Google ja Yahoo! Hakukoneiden avulla verkkosivulle on mahdollista saada lisänäkyvyyttä. Miten hakukone löytää juuri sinun verkkosivun? Hakukoneissa toimii hakurobotteja, jotka löytävät sivuston ja ikään kuin imuroivat sisältöä tekstistä ja otsikoista. Verkkosivu on mahdollista ilmoittaa itse johonkin tiettyyn hakukoneeseen, esimerkiksi Googleen tai hakurobotti saattaa löytää sivun linkkien ja metatietojen avulla. Hakurobotit eivät välttämättä löydä nettisivuja ollenkaan tai siihen saattaa kulua hetki aikaa, koska netissä on niin paljon informaatiota. (Davis 2007, 32, 54.)

Metatiedot sisältävät tietoa verkkosivuista, erityisesti hakukoneille suunnattua tietoa. Termi meta on peräisin kreikan kielestä, ja se tarkoittaa suomeksi ”takana” tai ”kätkössä”. Meta –sana kuvastaa jonkun asian ominaisuutta, joka ei ole välittömästi nähtävissä, mutta on kuitenkin olemassa ja on samalla myös merkityksellinen asia. (Davis 2007, 60-61.)

Verkkosivujen metatiedoissa on olennaista antaa hakukoneelle sivustoa kuvaava ”description” ja avainsanat ”keywords”, jotka lisätään sivuston HTML meta-tageihin. Avainsanoja lisättäessä on syytä muistaa, että laatu korvaa määrän. Avainsanat on mietittävä tarkasti, jotta ne löytävät oikean kohderyhmän. Avainsanoja syöttäessä on mietittävä millä sanoilla ihmiset etsivät netistä tietoa yrityksestä ja sen palveluista. Riittävä avainsanojen lukumäärä on noin kymmenen kappaletta. (Davis 2007, 59-61.)

Meta-tietojen lisäksi hakurobotit löytävät tietoa sivuston pääotsikosta jota kutsutaan H1 –otsikoksi. Hakukoneet löytävät sivuston yläosaan sijoitetut avainsanat paremmin, koska sivun tärkein sanoma löytyy yleensä heti sivun ylälaidasta. Sivustolta löytyvä tekstisisältö on hakukoneille tärkeämpää kuin meta-tietoihin syötetyt avainsanat. Sivuston kuvilla ei ole suurta merkitystä hakukoneiden kannalta. Kuvien HTML-koodiin on mahdollista sijoittaa -kuvatagien alt-attribuutti, joka saattaa auttaa hakurobottia löytämään sivuston. (Davis 2007, 69-71.)

Kotisivukone –palvelin on luotu hakukoneystävälliseksi, ja näin ollen metatietojen lisääminen onnistuu erillisellä lomakkeella. Lomake löytyy Kotisivukoneen asetuksista. Kotisivujen avainsanat listataan yksitellen pilkulla erotettuna ja kotisivujen lyhyt kuvaus kirjoitetaan kokonaisina lauseina.



Kotisivujen avainsanat

Siivous, luotettava siivooja, yrityssiivous, kauppa-

Erottele avainsanat pilkuilla.

Kotisivujen lyhyt kuvaus

Kuhmalahden monitoimipalvelu tarjoaa luotettavi

Kotisivujen aikavyöhyke

(GMT+02:00)Europe/Helsinki



Kuva 2. Avainsanojen lisäys Kotisivukone.fi

4 Kotisivujen toteutus Kuhmalahden monitoimipalvelulle

Tässä luvussa kerron ensin Kuhmalahden monitoimipalvelun lähtötilanteesta ja Kotisivukone – palveluntarjoajasta ja verkkotunnuksesta yleisesti. Tämän jälkeen käyn läpi projektin eri vaiheet eli kerron tapahtumasarjasta, jonka tuotoksena syntyy uudet kotisivut toimeksiantajayritykselle. Kotisivuilta otetut kuvakaappaukset löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä 3-10.

4.1 Lähtötilanne ja tavoitteet

Kuhmalahden monitoimipalvelu on ollut pian vuoden toiminnassa ja yrityksellä ei ole aikaisempia nettisivuja. Yritys on käyttänyt markkinointikeinoina sosiaalista mediaa Facebookin kautta, suoramarkkinointia paperisten mainosten avulla ja lisäksi uudesta yrittäjästä kirjoitettiin lehtiartikkeli Kangasalan Sanomiin sekä Sydän-Hämeen Lehteen. Käytetyt markkinointikeinot ovat olleet hyvin rajallisia kustannuksellisista syistä johtuen.

Kotisivut ovat välttämättömyys yritykselle tänä päivänä. Etenkin Kuhmalahden monitoimipalvelun tapauksessa, jossa niin sanottua kivijalkamyymälää ei ole, vaan uusi asiakas saa ensivaikutelman internetistä löytyvän tiedon perusteella. Tavoitteena on luoda selkeät kotisivut, josta löytyy helposti tarvittava tieto ja käyntikortin kanssa yhtenäinen värimaailma. Yrityksellä ei ole omaa logoa tai muuta visuaalista ilmettä. Ilme luodaan kotisivujen avulla käyttäen yrityksen käyntikortin värimaailmaa hyödyksi. Käyntikortin kuvitusta tai fontteja ei tulla tekijänoikeudellisista syistä johtuen käyttämään yrityksen kotisivuilla. Toimeksiantaja oli jo valmiiksi tutustunut Kotisivukoneeseen ja sen tarjoamiin palveluihin. Kerroin toimeksiantajalle myös maksuttomasta WordPress palveluntarjoajasta. Toimeksiantajan pyynnöstä kotisivut toteutettiin kuitenkin Kotisivukoneen avulla.



Kuva 3. Kuhmalahden monitoimipalvelun käyntikortti

4.2 Kotisivukone.fi

Erilaiset kotisivuihin erikoistuneet palveluntarjoajat ovat yleistyneet merkittävästi. Tämän ansiosta kotisivujen toteutus on mahdollista ilman, että tarvitsee osata koodata tai maksaa suuria summia valmiista kotisivuista. Koodaamisen sijaan, aikaa jää kotisivujen suunnitteluun.

Ideakone Oy niminen yritys perustettiin vuonna 2005 it-sovellusten ja palveluiden tuottamiseen, erityisen tunnetuksi Ideakone Oy tuli Kotisivukone –palvelusta. Ideakone Oy:stä tuli osa yhteystieto- ja mediakonserni Fonectaa vuonna 2013 tapahtuneiden yrityskauppojen yhteydessä. (Markkinointi & Mainonta 2013.)

Kotisivukone –palvelu tarjoaa yrityksille avaimet käteen pakettia, jossa kotisivut suunnitellaan asiakkaiden toiveiden mukaan. Vaihtoehtoisesti kotisivut voi tehdä myös itse, käyttäen apuna valmiita ulkoasumalleja ja sivupohjia. Kotisivukoneella on tarjolla muutamia erilaisia pakettivaihtoehtoja, joista voi valita yrityksen tarpeisiin sopivat ominaisuudet sekä erikseen valittavissa olevia lisäominaisuuksia. Esimerkki peruspaketin sisällöstä: Vaihtoehtoisia sivuston ulkoasuratkaisuja, vaivaton ylläpito, suomenkielinen ohjeistus, Kotisivukoneen oma verkkotunnus sivustolle, palautelomake, kävijätilastot sekä 500 megatavua levytilaa esimerkiksi kuville. Tämän esimerkin mukaisen peruspaketin hinta on noin 25 euroa kuukaudessa sisältäen arvonlisäveron, kun laskutusjakson pituudeksi on valittuna kolme kuukautta. (Kotisivukone 2017b.)

Miksi juuri Kotisivukone? Kotisivukoneen tarjoamat palvelut sopivat erinomaisesti toimeksiantajayrityksen tarpeisiin. Sivustoa on helppo ylläpitää, maksuton asiakastuki, hinta-laatusuhde kohtaavat ja peruspakettiin on mahdollista ostaa lisäominaisuuksia. Nämä lisäominaisuudet eivät ole vielä ajankohtaisia Kuhmalahden monitoimipalvelulle, mutta tulevaisuuden laajentamistavoitteen kannalta ne saattavat muodostua hyvinkin tarpeelliseksi.

Ennen kuin toimeksiantaja päätyi käyttämään Kotisivukone palveluita, hän vertaili Kotisivukoneen ja WordPressin ominaisuuksia keskenään. WordPress antoi sekavan kuvan itse palvelusta ja lähinnä palvelun asennuksesta. WordPress on tietokoneelle erikseen ladattava tiedosto toisin kuin Kotisivukone toimii internetiselaimella. Ennen WordPressin asennusta pitää olla hankittuna palvelinympäristö, jolla sivusto toimii ja verkkotunnus, joka on mahdollista hankkia palvelinympäristön kanssa saman aikaisesti. Kotisivukone tarjoaa asiakkailleen maksutonta apua arkisin klo: 08-16 välillä online keskustelupalstan kautta. WordPressillä ei suoraan löytynyt vastaavaa palvelua, jonka

puoleen kääntyä ongelmatilanteessa. Päätyminen WordPressiin olisi voinut olla mahdollinen, jos toimintaohjeet olisivat olleet käyttäjäystävällisemmät myös aloittelijoille. (Leiniö 2013.)

4.3 Verkkotunnus toimii yrityksen osoitteena verkossa

Verkkotunnus on yrityksen osoite verkossa. Verkkotunnuksesta käytetään myös nimeä domain. Verkkotunnus koostuu kirjaimista ja numeroista. Tyypillinen Suomessa rekisteröity verkkotunnus näyttää seuraavalta: www.esimerkki.fi. Www -tunnuksen jälkeen käytetään usein yrityksen nimeä tai tavaramerkkiä ja loppuun tulee maa- tai organisaatiotunnus. Suomessa rekisteröidyt verkkotunnukset päättyvät usein .fi, .com tai .net -muotoon. (Rahnasto 2002, 19.)

”Verkkotunnusta voi hakea Suomessa rekisteröity oikeushenkilö tai yksityinen elinkeinonharjoittaja, suomalainen julkisyhteisö, valtion liikelaitos, itsenäinen julkisoikeudellinen laitos, julkisoikeudellinen yhdistys ja vieraan valtion edustusto.” (Innanen & Saarimäki 2009, 353.) Lisäksi verkkotunnuksen hakijan on oltava vähintään 15-vuotias, jolla on suomalainen henkilötunnus ja kotikunta. Fi-verkkotunnus haetaan Viestintävirastolta, jonka jälkeen verkkotunnus rekisteröidään erillisen verkkotunnusvälittäjän kautta. Kotisivukone kuuluu verkkotunnusvälittäjiin ja hoitaa tarvittaessa verkkotunnuksen rekisteröinnin. Viestintäviraston nettisivuilta löytyy lista Viestintävirastolle ilmoittautuneista välittäjistä. Fi-verkkotunnuksen hinta vuonna 2018 on 15 euroa vuodessa ja verkkotunnus säilyy niin kauan kuin vuosimaksu suoritetaan. (Innanen & Saarimäki 2009, 353; Viestintävirasto 2016; Kotisivukone 2017c.)

Verkkotunnuksen on täytettävä tietyt vaatimukset ollakseen sallittu. Esimerkkejä verkkotunnukseen kohdistuvista vaatimuksista:

- Verkkotunnus ei saa sisältää loukkaavia tai rikolliseen toimintaan kehottavia ilmaisuja.
- Verkkotunnuksen tulee olla vähintään kaksi merkkiä pitkä.
- Verkkotunnuksessa voi olla enintään 63 merkkiä.
- Verkkotunnuksessa sallittuja merkkejä ovat kirjaimet a-ö, numerot 0-9 ja yhdysmerkki. (Innanen & Saarinen 2009, 354.)

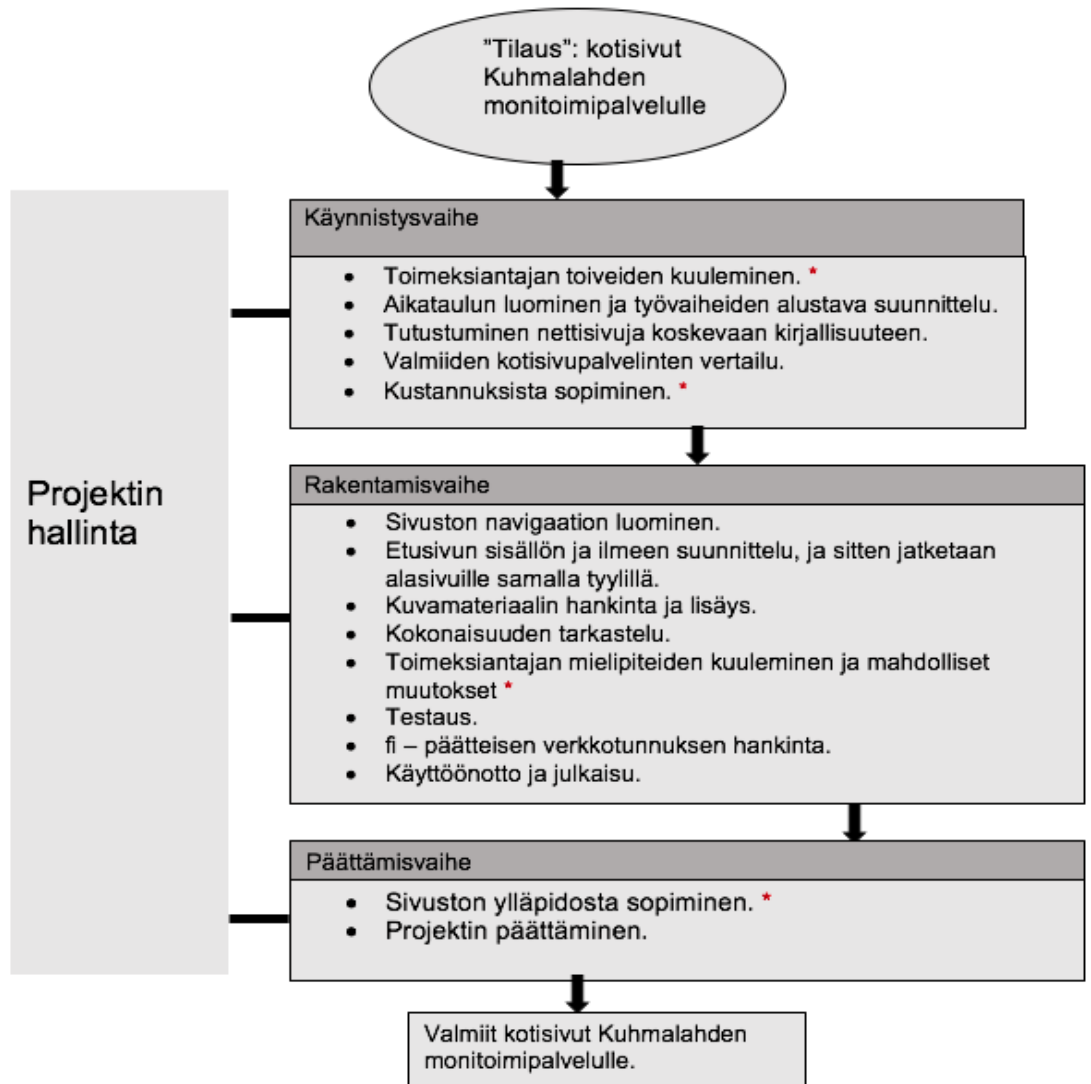
Listassa esiteltyjen vaatimusten lisäksi verkkotunnuksen on oltava vapaana ja mikäli samaa verkkotunnusta on hakenut useampi, verkkotunnus myönnetään sitä ensimmäisenä hakeneelle.

Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivut löytyvät osoitteesta www.kuhmalahdenmonitoimipalvelu.fi. Yrityksen nimen käyttäminen verkkotunnuksena on hyvin yleistä ja myös toimeksiantajani halusi käyttää yrityksen nimeä verkkotunnuksena. Tilasin verkkotunnuksen Kotisivukoneen lisäpalvelut –osiosta. Kotisivukone hoiti verkkotunnuksen rekisteröinnin ja lisäsi sen automaattisesti kotisivujen osoitteeksi.

4.4 Projektin kuvaus ja toteutusvaiheet

Sana projekti on lähtöisin alun perin latinasta ja sillä tarkoitetaan ehdotusta tai suunnitelmaa. Projektille ominaisia piirteitä ovat muun muassa: tavoite, aikataulu ja tilaustyö. (Ruuska 2005, 18-19, 24.) Tämän opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa kotisivut Kuhmalahden monitoimipalvelulle kevään 2018 aikana. Kyseessä on näin ollen kehitysprojekti, jonka tavoitteena on luoda kokonaan uudet nettisivut.

Projekti alkaa keskustelulla toimeksiantajan kanssa, jossa käydään läpi asiat, joita kotisivuilta toivotaan ja päätetään aikataulu. Tämän jälkeen tutustun nettisivuja käsittelevään kirjallisuuteen ja kotisivupalveluita tarjoaviin yrityksiin. Kun kotisivupalvelin on valittu, sovimme toimeksiantajan kanssa kustannusten jaosta. Tämän vaiheen jälkeen alkaa kotisivujen navigaation suunnittelu, jonka jälkeen suunnitellaan etusivu ja alisivuilla noudatetaan samaa ilmettä etusivun kanssa. Ennen kotisivujen julkaisua niiden käyttö testataan eri internet selaimilla: Safari, Google Chrome ja Firefox. Projektin lopussa sovimme, että kotisivujen ylläpito siirtyy pääosin yrittäjälle, olen kuitenkin hänen käytettävissä, jos tilanne näin vaatii. Projektin vaiheet esitellään alla olevassa kuvassa neljä tarkemmin.



Kuva 4. Projektin vaiheet

Kuva neljä esittää projektin elinkaaren ja vaiheet (Ruuska 2005, 32) mukaan. Olen toteuttanut itse lähes kaikki projektin työtehtävät. Kuvaan on merkitty punaisella tähdellä ne kohdat, joissa olen toiminut yhdessä toimeksiantajan kanssa.

4.5 Teemahaastattelun hyödyntäminen kotisivuilla

Tämän opinnäytetyön toteutuksessa käytetään apuna kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli laadullista tutkimusta. Laadullinen tutkimus toteutetaan teemahaastattelun avulla, joka on muodoltaan keskustelunomainen ja rento. Laadullisen tutkimuksen avulla on helpompi ymmärtää kohderyhmää ja heidän tarpeita. Tyypillisesti haastattelussa esitettävät kysymykset aloitetaan mitä, miten ja miksi, näin vastausta ei ohjailla toivottuun suuntaan, vaan vastaus pohjautuu täysin haastateltavan henkilökohtaiseen mielipiteeseen.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä riittää, kun haastatteluista saatu tieto on suuntaa antavaa. Tämän vuoksi haastattelun tuloksia ei ole välttämätöntä analysoida yhtä tarkasti

kuin kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63.) Kvalitatiivinen tutkimus ei ole keskeisessä asemassa tässä opinnäytetyössä, vaan sillä pyritään saamaan juuri suuntaa antavaa tietoa. Teemahaastattelu toteutetaan tässä opinnäytetyössä kasvotusten ja kysytyt kysymykset ovat nähtävissä liitteessä kaksi.

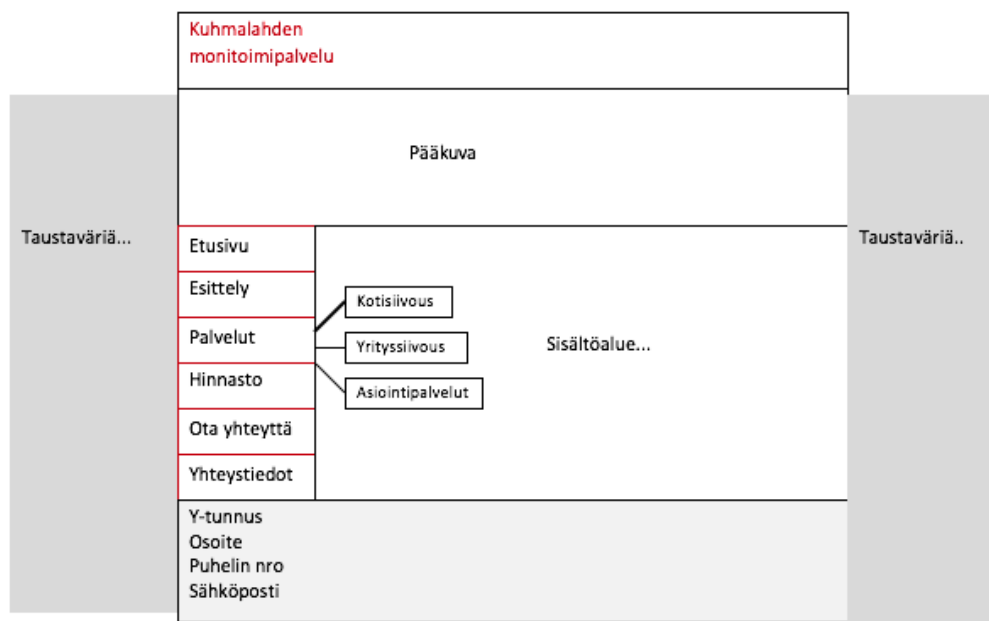
Päädyin käyttämään teemahaastattelua, koska minulla oli tiedossa tietyt asiat joihin halusin saada vastauksia haastattelun avulla sekä vastaajien mahdollisuus vastata omilla sanoilla lisäsi kiinnostusta teemahaastattelun käytöstä tässä opinnäytetyössä. Haastattelin tuttaviani, jotka sopivat Kuhmalahden monitoimipalvelun kohderyhmään, lapsiperheisiin ja vanhusten omaisiin. Haastateltavia oli yhteensä 20 ja esitin heille kolme kysymystä siivousalan verkkosivuihin liittyen. Kysymysten avulla sain ratkaisun tutkimusongelmaan, joka oli mitä tietoa mahdolliset asiakkaat pitävät tärkeänä siivousalan yrityksen kotisivuilla. Kysymykset esitettiin kasvokkain vapaamuotoisen keskustelun yhteydessä.

Teemahaastattelun avulla haluttiin saada selville mitä tietoa ihmiset etsivät siivousalan yrityksen nettisivuilta, millä tavoin he ottavat mieluiten yhteyttä palveluntarjoajaan sekä mikä nettisivuilla esiintyvä asia saisi vierailijat epäröimään yritystä. Kysymykset ovat tarkemmin nähtävissä opinnäytetyön liitteessä kaksi. En analysoi saamiani vastauksia yksityiskohtaisesti tässä opinnäytetyössä vaan kerron asioista, jotka esiintyivät useampaan kertaan ja toimivat suuntaa antavana tietona kotisivuja tehdessä.

Haastattelun vastausten perusteella hinnasto nousi keskeiseksi asiaksi kotisivuilta löytyvän tiedon perusteella. Lähes kaikki halusivat etsiä yrityksen hinnaston. Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivuilta löytyy erillinen hinnasto, jossa kerrotaan veloituksesta selkeästi. Mietimme toimeksiantajan kanssa esimerkkihinnaston käyttöä, esimerkiksi ikkunanpesu x määrä ikkunapinta-alaan kuluu x määrä työaika, joka kustantaa x euroa. Esimerkkihinnasto todettiin kuitenkin hankalaksi ja ehkä hieman asiakkaita harhaan johtavaksi, koska siivouskohteet ovat niin erilaisia lähtöperustalta. Päädyimme toimeksiantajan kanssa ratkaisuun, painottaa kotisivuilla maksutonta arviointikäyntiä esimerkkihinnaston sijasta. Yheydenottotapa jakautui aika tasaisesti sähköpostiin ja soittoon. Yrityksen nettisivuilta löytyvät nämä molemmat vaihtoehdot. Yleisin asia, joka karkoittaa haastattelun perusteella asiakkaat ovat sekaiset ja vanhan näköiset nettisivut. Yrityksen nettisivuista luotiin selkeät ja sivusto pysyy ajankohtaisena päivitysten avulla.

4.6 Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivujen toteutus

Aloitin kotisivujen luomisen navigaation suunnittelulla. Luonnostelin erilliselle word – tiedostolle etusivun rakennetta. Navigaatiopalkit sijoitettiin sivuston vasempaan laitaan allekain, koska Nielsenin teorian mukaan sivuston vasen laita on sivuston arvokkain kohta. Alun perin olin suunnitellut navigaatioalueelle kohdan palvelut, josta klikkaamalla olisi auennut erillisinä palkkeina kotisiivous, yrityssiivous sekä asiointipalvelu. Tätä päädyin muokkaamaan toimeksiantajan toiveesta niin, että navigaatiossa on suoraan omana palkkina kotisiivous, yrityssiivous ja asiointipalvelut. Tämä pitää sivuston käyttöliittymän selkeänä ja säästää käyttäjää turhilta klikkauksilta (Nielsen 2000, 203). Kotisivujen sisältöalue rajattiin, ja molemmille sivuille jäi tilaa taustaväriille. Sivujen vasempaan yläreunaan sijoitettiin yrityksen nimi, johon sisällytettiin Kotisivukoneen asiakaspalvelun avulla linkki, joka johtaa sivuston etusivulle ja tätä klikkaamalla pääsee takaisin yrityksen etusivulle. Nielsenin (2000, 178-179) mukaan yrityksen nimen on hyvä näkyä vasemmassa yläreunassa jokaisella sisäsivulla, jotta sivut ovat yhtenäiset ulkoasultaan. Sivuston alapalkkiin lisäsin yrityksen yhteystietoja, jotta ne ovat helposti nähtävillä koko ajan.



Kuva 5. Luonnos kotisivuista

Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivujen päänäkymä on lähes samanlainen kuin luonnos kuvassa viisi. Muutoksena palvelut navigaatiopalkki poistettiin ja tilalle lisättiin kotisiivous, yrityssiivous ja asiointipalvelu kohdat. Pääkuva ei muotoutunut halutulla tavalla mobiili- ja tablettikäyttäjille, jonka vuoksi kuvaa hieman muutettiin. Kuvasta kerron enemmän raportin edetessä.

Kotisivujen rakenteen jälkeen loin tekstisisällön ensiksi etusivulle ja tämän jälkeen muille alisivuille. Tekstisisällössä kiinnitin huomiota tekstin aloitukseen, luettavuuteen ja väljään ulkoasuun. Kotisivukoneen fonttikokoelmassa oli tarjolla noin 30 eri fonttia, joista päädyin käyttämään otsikoissa Verdanaa ja tekstissä Arialia. Molemmat ovat Groteskifontteja ja niitä esiintyy paljon verkkotekstissä niiden yksinkertaisen ja tasapaksun rakenteen ansiosta. Groteskifontin rakenne näyttää hyvältä niin pienessä kuin suuressa tekstissä, jonka vuoksi sen luettavuus on hyvä (Korpela 2014, 102). Verkkotekstiä luetaan usein silmäillen ja etsien tarvittavaa tietoa (Nielsen 2000, 101). Otsikot ja sivuston käyttöliittymä nimettiin mahdollisimman yksinkertaisella tavalla kuvastamaan sisältöä. Turhat korulauseet pyrittiin jättämään pois (Luukkonen 2004, 125-128). Tekstin ja taustan välinen kontrasti ero huomiotiin, ja teksti on pääosin mustaa ja tausta valkoista. Näin tekstin luettavuus säilyy. (Nielsen 2000, 126.)

Tarvitseeko kotisi siivousta?

Teemme kanssasi yksilöllisen siivoussuunnitelman, joka palvelee sinun tarpeitasi parhaiten.

Meiltä voi tilata vakituksen viikkosiivouksen esim. joka viikko tai joka toinen viikko, sekä myös yksittäisiä kausi- tai erikoissiivouksia, kuten joulusiivoukset, ikkunanpesut, vahaukset jne.

Kutsu meidät maksuttomalle kartoituskäynnille.

Ota yhteyttä 040 765 9898

Kuva 6. Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivujen fontti

Kuva kuusi on kuvakaappaus Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisiivous sivulta. Otsikossa on käytetty fonttikirjaisimena Verdanaa ja tekstissä Arialia. Tekstiosiossa on korostettu eli lihavoitu lause maksuttomasta kartoituskäynnistä, jotta se kiinnittäisi mahdollisimman monen lukijan huomion ja tämän alle on lisätty painike, johon on kirjoitettu yrityksen puhelinnumero ja napsauttamalla painiketta pääsee sähköiseen yhteydenottolomakkeeseen. Yhteydenotto on pyritty tekemään asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. (Korpela 2014, 10.)

Kotisivujen rakenteen ja tekstisisällön jälkeen aloin luomaan sivuston visuaalista ilmettä värien ja kuvien avulla. Toimeksiantajan toiveena oli luoda sivustolle yhtenäinen ilme käyntikortin värimaailman kanssa. Käyntikortissa esiintyvät värit punainen, oranssi ja musta. Käyntikortin väreistä sivustolla päädyttiin käyttämään punaista navigaatiossa ja

mustaa sisältöalueen tekstikohdissa. Kotisivujen värimaailma koostuu vaalean harmaasta, valkoisesta ja punaisesta sekä mustasta tekstistä. Punainen ja valkoinen sopivat sivustolle hyvin, koska punainen väri kuvastaa palveluintoa ja rohkeutta ja valkoinen puhtautta sekä uskollisuutta. Molempien värien merkitys kuvastaa siivousalaa hyvin. Lisäksi musta teksti erottuu selkeästi valkoiselta taustalta. Vaalean harmaa taustaväri tasapainoittaa voimakkaan punaisen värin kontrastia. Vaalean harmaalla pyrittiin tuomaan sivustolle rauhallista ilmettä. (Pohjola 2003, 136.)

Kuvat herättävät (Pohjola 2003, 190.) mukaan heti mielikuvan ihmisissä. Näin ollen kuvassa on oltava jokin viesti katsojalle. Kuhmalahden monitoimipalvelun pääkuvaksi valikoitui kolme pientä kuvaa, jotka kuvastavat yrityksen palveluita. Lisäksi esittely alasivulle lisäsin kuvan yrittäjästä itsestään. Pääsivun kuvat ovat minun itseni ottamia ja muokkasin kuvia hieman paremmaksi ja pienemmän kokoiseksi käyttäen apuna Photoshop – kuvanmuokkausohjelmaa. Pääkuva rajattiin hieman sisältöaluetta pienemmän kokoiseksi, koska näin kuva näytti parhaimmalta. Kuva itse yrittäjästä on Kangasalan Sanomien toimittajan ottama, mutta kysyin häneltä luvan kuvan käyttöön yrityksen kotisivuilla.



Kuva 7. Pääkuva

Liitteistä 3-10 löytyy kuvakaappauksia Kuhmalahden monitoimipalvelun kotisivuista.

5 Pohdinta

Pohdinta luku on keskeinen osa opinnäytetyö raporttia. Tässä luvussa keskityn pohtimaan onnistumistani produktissa eli kotisivujen suunnittelussa ja luomisessa, aikataulussa pysymistä sekä lisäksi pohdin omaa oppimistani.

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Kuhmalahden monitoimipalvelulle selkeät, käyttäjäystävälliset ja yrityksen näköiset kotisivut. Mielestäni onnistuin hyvin kotisivujen luomisessa. Kotisivujen rakenne muodostui kokonaan opiskeleman aiheeseen liittyvän kirjallisuuden pohjalta. Kotisivujen navigaatio pyrittiin pitämään hyvin yksinkertaisena ja selkeänä. Turhat klikkaukset jätettiin pois ja jokaisesta aihe-alueesta on luotu oma sivu. Onnistuin säilyttämään kotisivuilla rauhallisen värimaailman ja lisäksi sisällyttämään sinne käyntikortin punaista värimaailmaa. Kotisivujen fonttina käytetty Groteski toimii mielestäni neutraalina ja selkeänä. Kotisivujen pääkuva muodostuu kolmesta pienestä kuvasta, jotka on liitetty yhteen. Pääkuvan tarkoituksena on viestiä lukijalle mielikuva Kuhmalahden monitoimipalvelun tarjoamista palveluista. Pääkuvasta tuli mielestäni yllättävän hyvä, sillä pääkuvana oli tarkoitus olla alun perin yksi siivousaiheinen kuva, mutta kuva ei näyttänyt edustavalta mobiili- ja tablettikäyttäjille. Kotisivut olivat Kuhmalahden monitoimipalvelulle hyvin ajankohtaiset, koska lähes jokaisella yrityksellä on nykyään kotisivut. Kotisivujen kautta asiakkaat saavat enemmän tietoa yrittäjästä ja yrityksen palveluista. Internetin yleistyessä puhelinyhteydenotot ovat omasta mielestäni vähentyneet ja sähköinen tiedonhaku ja yhteydenotto ovat kasvattaneet suosiota. Tästä syystä kotisivut ovat myös tarpeelliset Kuhmalahden monitoimipalvelulle.

Käytin laadullista tutkimusta osana tätä opinnäytetyötä. Toteutin pienen teemahaastattelun Kuhmalahden monitoimipalvelun kohderyhmään sopiville henkilöille, lapsiperheille sekä vanhusten omaisille. Teemahaastattelulla pyrin saamaan vastauksia siihen, millaiset kotisivut koetaan miellyttävinä ja mitä tietoa sivuilta yleensä etsitään. Teemahaastattelusta saaduilla vastauksilla oli hyötyä kotisivuja suunniteltaessa. Vastauksista tuli esiin seikkoja, joita en itse ollut tullut ajatelleeksi tai pitänyt oleellisena. Esimerkiksi kotisivuilla oleva esittelysivu, joka kertoo yrityksen historiasta ja itse yrittäjästä, olisi todennäköisesti jäänyt kokonaan pois ilman teemahaastattelua. Myös hinnaston tärkeys korostui teemahaastattelun avulla saaduista vastauksista. Pidän saamiani vastauksia luotettavina, koska haastattelu toteutettiin suullisesti kasvotusten ja haastattelija sai vastata omien sanojen mukaan kysymyksiin. Esitettäviä kysymyksiä oli vain kolme kappaletta, niitä olisi voinut olla ehkä enemmän, mutta kuten sanoin jo aiemmin raportissa laadullinen tutkimus ei ollut keskeisessä roolissa tässä opinnäytetyössä vaan se toimi suuntaa antavana tekijänä.

Sovimme toimeksiantajan kanssa, että kotisivut valmistuvat kevään 2018 aikana. Tässä onnistuin erinomaisesti. Kotisivut julkaistiin osoitteessa www.kuhmalahdenmonitoimipalvelu.fi viikolla 12, joka on viikon aikaisemmin kuin aikataulussa oli suunniteltu. Kotisivujen luominen sujui odotettua nopeammin Kotisivukoneen avulla, koska palvelua oli helppo käyttää. Olen pysynyt myös laaditussa aikataulussa raportin kirjoittamisen suhteen. Työvaiheet eivät ole menyt täysin niin kuin alustavasti suunnitelin. Olen tehnyt raporttiin muutoksia ja korjauksia sen edetessä.

Aloittaessani opinnäytetyötä, minulla ei ollut mitään tietoa kotisivujen luomisprosessista. Olen tämän opinnäytetyön aikana oppinut valtavasti itselleni uutta tietoa kotisivuihin liittyen. Huomasin kotisivuihin ja internetiin liittyvän kirjallisuuden olevan usein hyvin vanhaa tietoa. Tämä koitui hieman haasteeksi opinnäytetyötä tehdessä, suurin osa käytetyistä kirjallisista lähteistä saattaa olla kymmenen vuotta vanhaa tietoa. Kotisivujen suunnittelu oli mielekästä Kotisivukoneen avulla, palvelu oli erittäin helppokäyttöinen. Raportin oli tarkoitus noudattaa perinteistä tutkielmamallia, mutta siihen sekoittui myös vetoketjumallia. Vetoketjumalli oli minulle luonnollinen tapa kirjoittaa, vaikka raporttia aloittaessa oletin perinteisen menetelmän olevan minulle parempi tapa kirjoittaa. Raportin muokkaaminen pelkästään perinteisen tutkielmamallin tai vetoketjumallin mukaan olisi ollut niin työläs, että se jäi minulta aikataulu syistä korjaamatta.

Lähteet

- Ammattinetti. Siivouspalvelut. Luettavissa: <http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/20/4192afcac0315a8d006e141d33489373>. Luettu: 18.3.2018.
- Ansaharju, J. Segmentoi ja löydä markkinarakosi. Luettavissa: <http://www.sisaltomarkkinointi.fi/2011/02/15/segmentoi-ja-loyda-markkinarakosi/>. Luettu: 4.4.2018.
- Blyth, A. Brilliant online marketing. Pearson Ltd. Edinburgh.
- Davis, H. 2007. Google kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2017. MyNet. Ohje pitkien raporttien laatimiseen. Luettu: 21.2.2018.
- Innanen, A. & Saarimäki, J. 2009. Internet-oikeus. Edita. Helsinki.
- Korpela, J. 2014. Verkkojulkaisun typografia. Rps-yhtiöt. Helsinki.
- Kotisivukone 2017a. Yritys ilman kotisivuja on älytöntä. Luettavissa: <https://www.kotisivukone.fi/blogi/2010/09/13/53/?page2>. Luettu: 4.4.2018.
- Kotisivukone 2017b. Lisää kotisivujen löydettävyyttä omalla verkkotunnuksella. Luettavissa: <https://www.kotisivukone.fi/esittely/verkkotunnus>. Luettu: 19.2.2018.
- Kotisivukone 2017c. Hinnasto. Luettavissa: <https://www.kotisivukone.fi/hinnasto>. Luettu 21.2.2018.
- Lehmuskoski, A. 11.1.2017. Siivousalan suurin ongelma. Luettavissa: <https://joutsenmerkki.fi/siivousalan-suurin-ongelma/>. Luettu: 13.3.2018.
- Leiniö, T. 2013. Kuinka asennat WordPressin Webhotellin? Luettavissa: <https://wpopas.fi/kuinka-asennat-wordpressin-webhotelliin/>. Luettu: 15.3.2018.
- Luukkonen, M. 2004. Tekstiä tekemään! WSOY. Juva.
- Markkinointi & Mainonta 2013. Fonecta osti Kotisivukoneen. Luettavissa: <https://www.marmai.fi/uutiset/fonecta-osti-kotisivukoneen-6287047>. Luettu: 21.2.2018.
- Nielsen, J. 2000. WWW suunnittelu. Edita. Jyväskylä.
- Pohjola, J. 2003. Ilme –Visuaalisen identiteetin johtaminen. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Rahnasto, I. 2002. Internet-oikeuden perusteet. Kauppakamari. Lakimiesliiton Kustannus Oy. Vantaa.
- Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa. Talentum. Helsinki.
- Serviceone. Mitä perussiivous on? Luettavissa: <https://www.serviceone.fi/mita-perussii-vous-on/>. Luettu: 13.3.2018.

Tilastokeskus 2017. 2.3 Kotisivut. Luettavissa:

[http://www.stat.fi/til/icte/2017/icte_2017_2017-11-](http://www.stat.fi/til/icte/2017/icte_2017_2017-11-30_kat_002_fi.html#_ga=2.210700956.800456058.1521021454-669267025.1507205364)

[30_kat_002_fi.html#_ga=2.210700956.800456058.1521021454-669267025.1507205364.](http://www.stat.fi/til/icte/2017/icte_2017_2017-11-30_kat_002_fi.html#_ga=2.210700956.800456058.1521021454-669267025.1507205364)

Luettu: 14.3.2018.

Veronmaksajat 2017. Kotitalousvähennys: Enimmäismäärä on 2 400 euroa. Luettavissa:

<https://www.veronmaksajat.fi/Asunto-ja-auto/Kotitalousvahennys/>. Luettu: 11.1.2018.

Viestintävirasto 2016. Etsi välittäjää. Luettavissa:

[https://www.viestintavirasto.fi/fiverkkotunnus/fi-](https://www.viestintavirasto.fi/fiverkkotunnus/fi-verkkotunnuksenhankkiminen/etsivalittajaa.html)

[verkkotunnuksenhankkiminen/etsivalittajaa.html](https://www.viestintavirasto.fi/fiverkkotunnus/fi-verkkotunnuksenhankkiminen/etsivalittajaa.html). Luettu: 19.2.2018.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Opinnäytetyön aikataulu

Viikko	Työvaiheen kuvaus
1	Kotisivujen palvelualustoihin tutustuminen ja valinta.
2	Kerron toimeksiantajasta ja yrityksen kohderyhmästä raporttiin.
3	Tutustun nettisivuihin liittyvään kirjallisuuteen ja materiaaliin.
4	Suunnittelen tietoperustan esitystavasta ja sisällysluettelo valmiiksi.
5	Kirjoitan kotisivujen ulkoasusta ja visuaalisesta ilmeestä.
6	Kirjoitan kotisivujen tekstisisällöstä ja typografiasta.
7	Kirjoitan kotisivujen kuvista ja verkkotunnuksesta.
8	Kirjoitan hakukoneoptimoinnista.
9	Tietoperustan viimeistelyä.
10	Tunnukset kotisivukone –palveluun ja kotisivujen navigaation suunnittelu.
11	Käyttöliittymien rakentaminen ja tekstisisällön tuottaminen.
12	Kotisivujen kuvien ottaminen, lisäys ja ulkoasun suunnittelu.
13	Kotisivujen ulkoasun ja tekstisisällön viimeistely. Domain hankinta.
14	Kirjoitan raporttiin kotisivujen toteutusvaiheesta.
15	Kirjoitan pohdintaluvun ja viimeistelen raportin.

Liite 2. Teemahaastattelun kysymykset

Kuvitellaan, että olisit ostamassa siivouspalveluita itsellesi, läheisellesi tai yrityksellesi (esimerkiksi ikkunanpesun, joulusiivouksen tai muun vastaavan).

1. Mitä tietoa lähtisit etsimään kyseisen yrityksen kotisivuilta?
2. Miten ottaisit yhteyttä palveluntarjoajaan?
3. Mikä saisi sinut epäilemään kyseisen yrityksen valintaa kotisivujen perusteella?

Kuhmalahden monitoimipalvelu



Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot

Luotettava siivooja on arjen aarre

Kuhmalahden monitoimipalvelu on kaiken kattava palveluyritys, joka toimii Kangasalla ja sen lähialueilla. Tuotamme yksilöllisiä ja räätälöityjä koti- ja siivouspalveluita sinulle, läheisillesi tai yrityksellesi.

Tarjoamme helpotusta arkeesi

- Luotettava ja sinun toiveiden mukainen siivous
- Lattioiden peruspesut ja vahaukset
- Pienet pihatyöt

Kuhmalahden monitoimipalvelu

Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot



Kuva: Sari Eerolainen, Kangasalan Sanomat.

Hei,

Tässä tiivistetysti minun ja yritykseni elämäntarina.

Olen Johanna Virtanen. Syntynyt Kangasalla ja asunut siellä yli kaksikymmentä vuotta, jonka jälkeen muutin maaseudun rauhaan Kuhmalahdelle.

Kuhmalahden monitoimipalvelu

Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot

Tarvitseeko kotisiivousta?

Teemme kanssasi yksilöllisen siivoussuunnitelman, joka palvelee sinun tarpeitasi parhaiten.

Meiltä voi tilata vakituisen viikkosiivouksen esim. joka viikko tai joka toinen viikko, sekä myös yksittäisiä kausi- tai erikoissiivouksia, kuten joulusiivoukset, ikkunanpesut, vahaukset jne.

Kutsu meidät maksuttomalle kartoituskäynnille.

Ota yhteyttä 040 765 9898

Kotisiivous

Peruspaketti:

- Mattojen tuuletus
- Roskien vienti
- Allaskaapin pesu sisäpuolelta
- Pölyjen pyyhintä ulkopinnoilta
- Imurointi
- Lattian pesu
- WC:n yleispuhdistus

**Muista
kotitalousvähennys,
50% työn osuudesta.
Hinta alk. 16e/h**

Kuhmalahden monitoimipalvelu

Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot

Tarvitseeko yrityksesi siivousta?

Tarjoamme osaavaa ja luotettavaa siivouspalvelua kaikenlaisten yritysten tarpeisiin.

Teemme kanssasi yksilöllisen siivoussuunnitelman, joka palvelee sinun tarpeitasi parhaiten.

Meiltä voi tilata vakituisen viikkosiivouksen esim. joka viikko tai joka toinen viikko, sekä myös yksittäisiä kausi- tai erikoissiivouksia, kuten muuttosiivoukset, ikkunanpesut, vahaukset jne.

Kutsu meidät maksuttomalle kartoituskäynnille.

Ota yhteyttä 040 765 9898

Yrityssiivous

Peruspaketti:

- Mattojen tuuletus
- Roskien vienti
- Allaskaapin pesu sisäpuolelta
- Pölyjen pyyhintä ulkopinnoilta
- Imurointi
- Lattian pesu
- Wc:n yleissiistintä

Kuhmalahden monitoimipalvelu

Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot

Tarvitsetko sinä tai läheisesi apua asiointinissa?

Tavoitteenamme on tukea ikäihmisten pärjäämistä arjessa. Huomioimme aina asiakkaan yksilölliset tarpeet yksityisyyttä kunnioittaen.

Siivouspalveluiden lisäksi huolehdimme muista päivittäisistä tärkeistä asioista.

Ota yhteyttä 040 765 9898

Asioimme puolestasi tai kanssasi:

- Kaupassa
- Apteekissa
- Postissa
- Ja muilla vastaavilla asioilla

Yhteystiedot

Y-tunnus: 2838952-1

Postiosoite: Pohjantie 375, 36810 Kuhmalahti

Puhelin: 0407659898

Email: kuhmalahdenmonitoimipalvelu@outlook.com

Kuhmalahden monitoimipalvelu

Etusivu

Esittely

Kotisiivous

Yrityssiivous

Asiointipalvelut

Hinnasto

Ota yhteyttä

Yhteystiedot

Hinnasto

Käytössämme on tuntiveloitus.

- Sopimusasiakkaat **32e/tunti** sis. alv
- Muut asiakkaat **35e/tunti** sis. alv

Maksutapa: Lasku

Tuntiveloitus on käytössä kaikissa yrityksen palveluissa (siivouspalveluissa, erikseen laskutettavissa palveluissa sekä asiointipalveluissa).

Kutsu meidät maksuttomalle arviointikäynnille, niin katsotaan yhdessä juuri sinulle paras tarjous.

Emme veloita erikseen kilometrikorvausta.

Soita 040 765 9898
tai lähetä sähköinen tarjouspyyntö.

Tarjouspyyntö

Kuhmalahden monitoimipalvelu

[Etusivu](#)
[Esittely](#)
[Kotisiivous](#)
[Yrityssiivous](#)
[Asiointipalvelut](#)
[Hinnasto](#)
[Ota yhteyttä](#)
[Yhteystiedot](#)

Yhteydenottolomake

Jos etsit yhteistyökumppaniksi paikallista yritystä ja arvostat erinomaista asiakaspalvelua, olethan yhteydessä meihin jo tänään. Kuulemme mielellämme lisää sinusta ja toiveistasi.

Nimi

Puhelin

Sähköposti

Osoite

Asumismuoto

Kuhmalahden monitoimipalvelu

[Etusivu](#)
[Esittely](#)
[Kotisiivous](#)
[Yrityssiivous](#)
[Asiointipalvelut](#)
[Hinnasto](#)
[Ota yhteyttä](#)
[Yhteystiedot](#)

Yhteystiedot

Toimitusjohtaja: Johanna Virtanen

Postiosoite: Pohjantie 375, 36810 Kuhmalahti

Puhelinnumero: 040 765 9898

Sähköpostiosoite: kuhmalahdenmonitoimipalvelu@outlook.com

Sijaintimme kartalla

